

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Televisi sebagai media yang muncul belakangan dibanding media cetak dan radio ternyata menjadi panutan baru bagi kehidupan manusia, tidak menonton televisi sama saja dengan makhluk buta yang hidup dalam tempurung (Kuswandi, 1996 : 23). Munculnya media televisi menghadirkan suatu peradaban dalam kehidupan manusia khususnya dalam proses komunikasi dan informasi yang bersifat massa.

Komunikasi massa lewat televisi lantas berkembang menjadi bagian penting dari kehidupan manusia. Posisi penting yang didapatkan oleh televisi dimungkinkan karena tujuan akhir penyampaian pesan televisi yang bersifat menghibur, mendidik, kontrol sosial atau sebagai bahan informasi yang dapat disajikan dihadapan pemirsanya dalam waktu hampir bersamaan. Hal ini sesuai dengan kekuatan televisi yang dapat menguasai jarak dan ruang dengan jangkauan massa yang cukup besar (Kuswandi, 1996 : 17)

Hadirnya televisi kemudian memunculkan berbagai macam program siaran yang dimiliki oleh masing-masing stasiun televisi, seperti program news, musik, drama, olahraga, talkshow, kuis, dan reality show yang dikemas dengan semenarik mungkin. Program berita menjadi salah satu pilihan masyarakat sebagai program yang memberikan berbagai informasi. Saat ini di Indonesia terdapat 10 televisi swasta nasional yaitu METRO TV, TVONE, SCTV,

INDOSIAR, GLOBAL TV, ANTV , RCTI , MNC TV, TRANS7, dan TRANS TV. Stasiun-stasiun televisi tersebut mempunyai program berita dengan bentuk dan tampilan masing-masing.

Berdasarkan hasil survei kepemirsaaan TV Nielsen Audience Measurement tahun 2010 di 10 kota besar di Indonesia seperti Jakarta Surabaya, Medan, Semarang, Bandung, Makassar, Yogyakarta, Palembang, Denpasar, dan Banjarmasin dengan total populasi TV sebesar 49.525.104, pada periode Januari-Maret 2010, porsi tayang program berita di 11 stasiun TV nasional masih sama dengan tahun sebelumnya, yaitu sebesar 21% dari total durasi tayang televisi yang mencapai 23.760 jam. Jumlah ini paling besar dibandingkan program-program lainnya, seperti hiburan, film, informasi atau serial, terutama karena kontribusi program-program berita Metro TV dan TV One (hampir 50% dari total siaran berita).

Dari hasil riset tersebut bisa dilihat bahwa program berita menjadi pilihan masyarakat menonton televisi, walaupun stasiun televisi yang dipilih cenderung ke stasiun yang memang fokus ke program berita seperti Metro TV dan TV ONE, namun stasiun televisi yang tidak memfokuskan ke program berita tetap menjadi alternative menonton siaran televisi khusus program beritanya.

Surya Citra Televisi (SCTV) merupakan televisi swasta ke dua yang mengudara setelah RCTI. Bermula dari Jl. Darmo Permai, Surabaya, Agustus 1990, siaran SCTV diterima secara terbatas untuk wilayah Gerbang Kertosusila (Gresik, Bangkalan, Mojokerto, Surabaya, Sidoardjo dan Lamongan). Baru pada tahun 1993, berbekal SK Menteri Penerangan No 111/1992 SCTV melakukan

siaran nasional ke seluruh Indonesia. Untuk mengantisipasi perkembangan industri televisi dan juga dengan mempertimbangkan Jakarta sebagai pusat kekuasaan maupun ekonomi, secara bertahap mulai tahun 1993 sampai dengan 1998, SCTV memindahkan basis operasi siaran nasionalnya dari Surabaya ke Jakarta. Pada tahun 1999 SCTV melakukan siarannya secara nasional dari Jakarta. SCTV menyadari eksistensi industri televisi tidak dapat dipisahkan dari dinamika masyarakat. SCTV menangkap dan mengekspresikannya melalui berbagai program berita, salah satu program berita di SCTV yang terkenal adalah “Liputan 6”. (<http://www.sctv.co.id/corporate/sejarah-perusahaan> diakses pada tanggal 20 Mei 2013 pukul 11:57)

Program berita “Liputan 6” merupakan program acara berita andalan SCTV yang menghadirkan beragam kejadian dan peristiwa dari bidang politik, hukum, ekonomi, sosial dan budaya, yang dirangkum sesuai slogannya “Aktual, Tajam Dan Terpercaya”. Program ini mulai tayang Mei 1996, awalnya Liputan 6 SCTV hadir 30 menit setiap hari ketika petang datang, lalu berpinak dengan Liputan 6 Pagi (Agustus 1996), Liputan 6 Siang (Maret 1997) dan Liputan Malam (Februari 2003). Di sela-sela jam tayang program Liputan 6 yang sudah empat kali sehari itu, ternyata sering pula ada peristiwa dan masalah yang perlu segera diketahui oleh publik penonton, maka lahirlah Liputan 6 Terkini (Tim redaksi LP3ES, 2006 : 2).

SCTV dengan liputan 6 juga mendapatkan banyak penghargaan nasional dan internasional berkaitan dengan liputan beritanya. Tercatat bahwa 3 tahun semenjak Program Liputan 6 mulai tayang, program ini sudah tiga kali berturut-

turut termasuk satu dari 200 perusahaan terkemuka di Asia Pasifik yang selalu meraih penghargaan Panasonic Award untuk program berita, pembaca berita dan program *current affair* pilihan publik pemirsa. (Tim redaksi LP3ES, 2006 : 46).

Selain itu, hasil penelitian lainnya yang dilakukan empat lembaga pemerhati televisi, yaitu Yayasan Tifa, Yayasan SET, IJTI, dan Fakultas Ilmu Komunikasi (Fikom) Universitas Tarumanagara, sejak Februari 2008 hingga 2009 yang melibatkan 220 responden dari 11 kota besar di Indonesia, 86,3 persen responden menyatakan Liputan 6 adalah program berita reguler yang paling berkualitas. (<http://news.liputan6.com/read/234787/liputan-6-petang-kembali-raih-penghargaan> diakses pada tanggal 20 Mei 2013 pukul 11:57)

Penghargaan juga didapat dari KPI (Komisi penyiaran Indonesia) pada tahun 2012, bahwa program berita Liputan 6 SCTV adalah program berita yang paling berkualitas diantara Seputar Indonesia RCTI dan Topik Petang ANTV. (<http://www.tempo.co/read/news/2012/12/10/111447073/Ini-Nominasi-Program-Televisi-Terbaik-Versi-KPI> diakses pada 20 Mei 2013 pukul 11:57)

Dari data mengenai SCTV dengan Liputan 6 sebagai program berita andalannya yang sudah mendapatkan banyak penghargaan dan masih bertahan sampai sekarang inilah yang membuat peneliti tertarik meneliti tentang faktor-faktor pendorong apa saja yang membuat orang menonton program Liputan 6 SCTV. Penelitian serupa yang pernah dilakukan adalah skripsi yang disusun oleh Fransisca Arky Anindyasari mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta jurusan komunikasi angkatan 2006 yang berjudul Faktor-faktor Pendorong Orang Mendengarkan Program Acara Berita di RRI Yogyakarta. Metode yang digunakan

dalam penelitian tersebut deskriptif kualitatif. Hasil dari penelitiannya menunjukkan adanya beberapa faktor pendorong dalam mendengarkan program acara berita di RRI Yogyakarta. Beberapa faktor tersebut antara lain faktor pesan, faktor media massa, faktor karakteristik bentuk berita dan faktor penyiar, di mana faktor-faktor tersebut sudah ditentukan terlebih dahulu oleh peneliti.

Penelitian serupa lainnya yang pernah juga dilakukan oleh Christofel Rinaldo Hardian (2012) dengan judul penelitiannya Motivasi Khalayak untuk Menonton Program Acara Pas Mantab di Trans 7. Metode yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah FGD yang diikuti oleh 3 kelompok masyarakat yaitu, mahasiswa, pekerja, dan ibu rumah tangga. Hasil dari penelitian tersebut, motivasi khalayak menonton program acara Pas Mantab adalah sebagai sarana untuk menghibur dan melepaskan kepenatan dari rutinitas sehari-hari.

Penelitian yang akan dilakukan peneliti sendiri menggunakan penelitian kuantitatif dengan metode pengumpulan datanya menggunakan survai. Jenis riset dalam penelitian ini menggunakan ekplanatif dimana peneliti ingin mengetahui hubungan sebab akibat dari faktor-faktor pendorong yang membuat orang menonton program berita “Liputan 6” di SCTV. Penelitian ini akan dilakukan di Kelurahan Tegalrejo Kampung Sudagaran Yogyakarta.

Alasan peneliti mengambil lokasi di Yogyakarta, SCTV sendiri memilih Kota Yogyakarta sebagai biro Liputan 6 kedua setelah Surabaya. Hal tersebut berdasarkan riset, dimana tayangan Liputan 6 SCTV lebih banyak ditonton warga Yogyakarta dibanding kota lain dan pekerja, ibu rumah tangga, hingga pelajar menjadi target pemirsa Liputan 6 di Kota Yogyakarta.

(<http://news.liputan6.com/read/254168/sctv> diakses pada tanggal 4 Juni 2013 pukul 21:00). Alasan lain peneliti mengambil responden di Kampung Sudagaran, peneliti sendiri ingin mengetahui masyarakat umum di kota Yogyakarta dan masyarakat di kampung Sudagaran sendiri yang berada di wilayah kota Yogyakarta sudah mencakup dari kalangan pekerja, ibu rumah tangga dan pelajar sesuai dari target audience Liputan 6 SCTV sendiri.

B. Rumusan Masalah

Apa faktor-faktor yang mendorong orang menonton program berita “Liputan 6” di SCTV?

C. Tujuan

Mengetahui faktor-faktor yang mendorong orang menonton program berita “Liputan 6” di SCTV

D. Manfaat

Akademis

Dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi pengembangan ilmu komunikasi yaitu memahami dan mengetahui perkembangan media elektronik televisi yang semakin berkembang dalam penelitian ini faktor-faktor pendorong menonton program berita televisi

Praktis

Dapat memberikan masukan bagi industri media penyiaran khususnya televisi untuk tetap memertahankan eksistensinya ditengah persaingan televisi yang semakin ketat dengan membuat program siaran yang berkualitas. Dalam hal ini program berita, untuk mempertimbangkan faktor-faktor pendorong orang menonton program tersebut.

E. Kerangka Teori

E.1 Teoritis :

E.1.2 *Uses and Gratification*

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori *Uses & Gratification*. Teori ini digunakan sebagai dasar peneliti karena teori ini menjelaskan mengenai kebutuhan dan kepuasan khalayak dalam mengkonsumsi sebuah media. Penelitian yang akan dilakukan peneliti adalah ingin mengetahui faktor-faktor pendorong orang menonton program berita Liputan 6 di SCTV.

Apabila dikaitkan dari teori tersebut mengenai kebutuhan dan kepuasan khalayak dalam mengkonsumsi media yaitu program berita Liputan 6 di SCTV, maka akan didapat data mengenai faktor-faktor pendorong orang terus menonton acara tersebut.

Teori *Uses and Gratification* sendiri memfokuskan perhatian pada khalayak sebagai konsumen media massa. Teori ini menilai bahwa khalayak dalam menggunakan media berorientasi pada tujuan dan bersifat aktif. Gagasan dalam teori ini bahwa perbedaan individu menyebabkan khalayak mencari, menggunakan dan memberikan tanggapan terhadap isi media secara berbeda-beda

yang disebabkan faktor sosial dan psikologi yang berbeda diantara individu. (Morissan, 2013 : 508).

Terdapat sejumlah asumsi dasar yang menjadi inti gagasan teori *Uses and Gratification*, yaitu :

1. Audiensi aktif dan berorientasi pada tujuan ketika menggunakan media. Dalam perspektif teori ini, khalayak dipandang sebagai partisipan yang aktif dalam proses komunikasi. Perilaku komunikasi khalayak mengacu pada target dan tujuan yang ingin dicapai serta berdasarkan motivasi ketika menggunakan media.
2. Inisiatif untuk mendapatkan kepuasan media ditentukan audiensi. Sifatnya yang aktif, maka khalayak mengambil inisiatif, mereka memiliki kewenangan penuh dalam proses komunikasi massa untuk memenuhi apa yang diinginkan ketika menggunakan media.
3. Media bersaing dengan sumber kepuasan lain. Media dan khalayak tidak berada dalam ruang hampa yang tidak menerima pengaruh apa-apa, keduanya menjadi bagian dari masyarakat yang lebih luas. Media bersaing dengan bentuk-bentuk komunikasi lainnya dalam hal pilihan, perhatian dan penggunaan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan seseorang.
4. Khalayak sadar sepenuhnya terhadap ketertarikan, motif dan penggunaan media.
5. Penilaian isi media ditentukan oleh khalayak. Menurut teori ini, isi media hanya dapat dinilai oleh khalayak sendiri (West & Turner, 2008 : 104)

Khalayak memiliki alasan dan berusaha mencapai tujuan tertentu ketika menggunakan media. Beberapa fungsi media berdasarkan Teori *Uses & Gratification*, menurut McQuail, (1987 :72) :

1. Informasi :

Setiap manusia pasti menginginkan informasi terbaru tentang perkembangan dunia sekitar mereka, untuk itu kebutuhan akan informasi sangatlah tinggi. Terutama jika informasi tersebut sangat dekat dengan tempat tinggal mereka. Adanya media massa membantu manusia untuk mendapatkan informasi, baik untuk sekedar memuaskan rasa ingin tahu atau untuk belajar

2. Identitas pribadi

Berpengaruh untuk menguatkan nilai-nilai pribadi dalam suatu media massa, dan dorongan individu untuk mencari model perilakunya sehari-hari melalui media yang digunakan

3. Integritas dan interaksi sosial

Selain mendapatkan kebutuhan akan informasi, manusia juga membutuhkan sosialisasi sebagai media berinteraksi. Berkaitan dengan dorongan individu untuk berhubungan atau berinteraksi dengan orang lain, dorongan akan empati sosial dan mengidentifikasi diri dengan orang lain untuk meningkatkan rasa memiliki.

4. Hiburan

Fungsi hiburan adalah sebagai pelarian dari rutinitas masyarakat dan berbagai masalah yang sedang dialaminya untuk melepaskan emosinya.

Dengan mengetahui alasan khalayak untuk mencapai tujuan tertentu ketika menggunakan media sesuai empat fungsi media diatas dalam mengkonsumsi siaran program berita Liputan 6 SCTV, maka faktor-faktor pendorong orang menonton program liputan 6 akan didapat. Selain itu di bagian kerangka konsep peneliti juga menentukan faktor-faktor yang berhubungan dengan orang menonton sebuah program berita televisi, yaitu, faktor visual, dan faktor penyiar.

Dari semua itu, media dianggap berusaha memenuhi motif khalayak. Jika motif terpenuhi maka kebutuhan khalayak akan terpenuhi. Pada akhirnya, media yang mampu memenuhi kebutuhan khalayak disebut media yang efektif. Namun tidak terlepas dari gagasan atau konsep dasar dari teori ini sendiri seperti sedikit sudah dijelaskan diatas, bahwa teori ini meneliti asal mula kebutuhan secara psikologis dan sosial, yang menimbulkan harapan tertentu dari media massa atau sumber-sumber lain, yang membawa pada pola terpaan media yang berlainan, dan menimbulkan pemenuhan kebutuhan dan akibat-akibat lain, barangkali termasuk juga yang tidak kita inginkan.

Elemen pola terpaan media yang berlainan pada teori *uses and gratification* berkaitan dengan *media exposure* atau terpaan media, karena mengacu pada kegiatan menggunakan media. Sehingga *exposure* lebih dari sekedar mengakses media. *Exposure* tidak hanya menyangkut apakah seorang secara fisik cukup dekat dengan kehadiran media massa akan tetapi apakah seseorang itu benar-

benar terbuka terhadap pesan-pesan media massa tersebut. *Exposure* merupakan kegiatan mendengar, melihat, dan membaca pesan-pesan media massa ataupun mempunyai pengalaman dan perhatian terhadap pesan tersebut yang terjadi pada individu atau kelompok (Kriyantono, 2008 : 207).

Selain itu menurut Sari (1993 : 29), media exposure (terpaan media) berusaha mencari data audience tentang penggunaan media, baik jenis media, frekuensi penggunaan maupun durasi penggunaan. Penggunaan jenis media meliputi media audio, audio-visual, print media, kombinasi media audio dan media audio- visual, media dan print media, media audio- visual dan print media, serta media audio, audio-visual dan print media.

Frekuensi penggunaan media mengumpulkan data audience tentang berapa kali (hari) seseorang menggunakan media dalam satu minggu (untuk meneliti program harian), berapa kali (minggu) seseorang menggunakan media dalam satu bulan (untuk program mingguan dan tengah bulanan), serta berapa kali (bulan) seseorang menggunakan media dalam satu tahun (untuk program bulanan). Sedangkan pengukuran Durasi penggunaan media adalah dengan menghitung berapa lama audience bergabung dengan suatu media (berapa jam perhari), atau berapa lama audience mengikuti suatu program (berapa menit audience mengikuti suatu acara).

F. Definisi Konsep :

Konsep adalah sebuah kata atau istilah yang diciptakan dan digunakan manusia untuk menyatakan sebuah gagasan abstrak yang dibentuk dengan cara

membuat generalisasi dari bagian-bagian serta proses meringkaskan berbagai pengamatan yang berhubungan (Morissan, 2012 : 62). Di bagian konsep ini peneliti memaparkan faktor fungsi media dari teori *uses and gratification*, dua faktor yang juga menjadi indikator orang menonton Liputan 6 SCTV (faktor visual, penyiar), media exposure dan juga ciri demografi yang digunakan peneliti sebagai variabel kontrol.

1. Faktor Fungsi Media

Khalayak memiliki alasan dan berusaha mencapai tujuan tertentu ketika menggunakan media. fungsi media berdasarkan Teori *Uses & Gratification* sebagai berikut :

- Informasi :

Setiap manusia pasti menginginkan informasi terbaru tentang perkembangan dunia sekitar mereka, untuk itu kebutuhan akan informasi sangatlah tinggi. Terutama jika informasi tersebut sangat dekat dengan tempat tinggal mereka. Adanya media massa membantu manusia untuk mendapatkan informasi, baik untuk sekedar memuaskan rasa ingin tahu atau untuk belajar

- Identitas pribadi

Berpengaruh untuk menguatkan nilai-nilai pribadi dalam suatu media massa, dan dorongan individu untuk mencari model perilakunya sehari-hari melalui media yang digunakan

- Integritas dan interaksi sosial

Selain mendapatkan kebutuhan akan informasi, manusia juga membutuhkan sosialisasi sebagai media berinteraksi. Berkaitan dengan dorongan individu untuk berhubungan atau berinteraksi dengan orang lain, dorongan akan empati sosial dan mengidentifikasi diri dengan orang lain untuk meningkatkan rasa memiliki.

- Hiburan

Fungsi hiburan adalah sebagai pelarian dari rutinitas masyarakat dan berbagai masalah yang sedang dialaminya untuk melepaskan emosinya.

2. Faktor Visual

Sebuah berita sudah dipastikan untuk disiarkan, oleh karena itu sangat penting dalam menyediakan atau mencari gambar bagi berita tersebut. Gambar ini yang membedakan siaran berita televisi dengan siaran berita radio. Berita radio sudah cukup tanpa gambar-gambar, sedangkan berita televisi akan janggal tanpa bantuan visual.

Pada siaran berita televisi menekankan betapa pentingnya arti gambar bagi siarannya. Handley dalam Idris (1987 : 2) mengemukakan tiga hal mengenai pentingnya visual pada televisi bagi siarannya, yaitu :

- a) Gambar-gambar yang baik akan menarik dan mengikat perhatian penonton. Sebuah tayangan berita yang menyajikan gambar-gambar yang baik, akan membantu memusatkan kembali perhatian penonton

pada pesan yang dikemukakan dalam berita tersebut, sehingga akan mendorong keinginan untuk tetap mengikuti berita yang disajikan.

- b) Gambar-gambar membantu penonton untuk menafsirkan (interpret) makna pesan yang dikemukakan. Selain dapat mengikat perhatian penonton, dengan gambar penonton akan lebih mudah menangkap makna pesan dari narasi yang dibacakan oleh penyiar.
- c) Gambar-gambar meningkatkan kemampuan penonton untuk menyimpan pesan-pesan yang dikemukakan. Sesuatu yang kita terima dengan bantuan gambar-gambar akan lebih lama tersimpan dalam ingatan kita daripada tanpa gambar.

3. Faktor Penyiar Berita

Menyajikan sebuah berita kepada pemirsa di layar televisi memerlukan banyak hal. Tidak hanya beritanya saja yang perlu menarik dan *up to date*, tapi penyampaian beritanya pun juga harus menarik. Dalam hal ini, yang dibutuhkan tak cuma keterampilan seorang reporter yang ahli dalam menggali sebuah berita, tetapi juga kemampuan seorang penyiar berita dalam menyampaikan berita itu.

Rahardi (2007 : 42) menjelaskan beberapa hal mendasar yang harus diperhatikan dan dimiliki oleh seorang penyiar, yaitu :

a) Kemampuan Bicara

Seorang penyiar harus dapat bertutur secara sempurna, lancar dengan siapa saja yang menjadi publiknya. Artinya, seorang penyiar

harus mampu mengatur suara, tempo, artikulasi, intonasi dan pemenggalan kata secara baik.

b) Kemampuan Membaca

Seorang penyiar yang terbiasa membaca referensi yang baik, tentu akan lancar berbincang di depan publik. Ketika dia harus memimpin sebuah diskusi, sebuah talkshow, kelihatan sekali bahwa dia selalu memahami dengan setiap topik atau tema yang sedang dibicarakan.

c) Kemampuan Mendengarkan

Penyiar yang baik adalah pendengar yang baik. Bagaimana mungkin seorang penyiar selalu gagal menangkap maksud dari publiknya ketika dia sedang menyelenggarakan program yang melibatkan interaksi dengan pendengar atau pemirsa

d) Proyeksi Kepribadian

Menjadi diri sendiri adalah tututan bagi seorang penyiar. Adapun proyeksi kepribadian dapat meliputi hal-hal berikut :

- Keaslian, maksudnya, seorang penyiar harus dapat tampil dengan gaya dan laras suaranya sendiri, jangan tampil dengan suara yang dibuat-buat atau dengan gaya dan laras bicara yang dimiliki oleh orang lain.
- Kelincahan, maksudnya kelincahan diri sendiri harus termanifestasi dengan benar dalam setiap tutur kata dengan publik. Dalam setiap kesempatan wajib tampil dengan prima, muncul dengan serba dinamis dan penuh semangat saat membawakan berita.

- Keramahan, maksudnya, seorang penyiar harus ramah dan senantiasa merefleksikan keramahan tersebut kepada pemirsanya. Jangan membuat jarak dengan publik dengan cara meninggikan atau mengunggulkan diri sendiri

4. Media Exposure (terpaan media)

Elemen pola terpaan media yang berlainan pada teori *uses and gratification* berkaitan dengan *media exposure* atau terpaan media, karena mengacu pada kegiatan menggunakan media. Sehingga *exposure* lebih dari sekedar mengakses media. *Exposure* tidak hanya menyangkut apakah seorang secara fisik cukup dekat dengan kehadiran media massa akan tetapi apakah seseorang itu benar-benar terbuka terhadap pesan-pesan media massa tersebut. *Exposure* merupakan kegiatan mendengar, melihat, dan membaca pesan-pesan media massa ataupun mempunyai pengalaman dan perhatian terhadap pesan tersebut yang terjadi pada individu atau kelompok (Kriyantono, 2008 : 207).

Selain itu menurut Sari (1993 : 29), *Media Exposure* (terpaan media) berusaha mencari data audience tentang penggunaan media, baik jenis media, frekuensi penggunaan maupun durasi penggunaan. Penggunaan jenis media meliputi media audio, audio-visual, print media, kombinasi media audio dan media audio- visual, media dan print media, media audio- visual dan print media, serta media audio, audio-visual dan print media.

Media exposure dalam penelitian ini digunakan peneliti untuk mengukur variabel Y yaitu orang menonton program Liputan 6 SCTV dimana

digunakan frekuensi (berapa kali orang menggunakan media (televisi) untuk menonton Liputan 6) dan Durasi (berapa lama orang menonton program Liputan 6). Adapun penjelasan mengenai Frekuensi dan Durasi :

- a. Frekuensi digunakan untuk mengumpulkan data audience tentang berapa kali (hari) seseorang menggunakan media dalam satu minggu (untuk meneliti program harian), berapa kali (minggu) seseorang menggunakan media dalam satu bulan (untuk program mingguan dan tengah bulanan), serta berapa kali (bulan) seseorang menggunakan media dalam satu tahun (untuk program bulanan).
- b. Durasi digunakan untuk mengumpulkan data audience tentang berapa lama audience bergabung dengan suatu media (berapa jam perhari), atau berapa lama audience mengikuti suatu program (berapa menit audience mengikuti suatu acara).

5. Data audience profile

Data audience digunakan untuk mengetahui gambaran audience suatu media massa. Data mengenai audience profil ini mencakup variabel-variabel, jenis kelamin, umur, dan pekerjaan (Sari, 1993 :29).

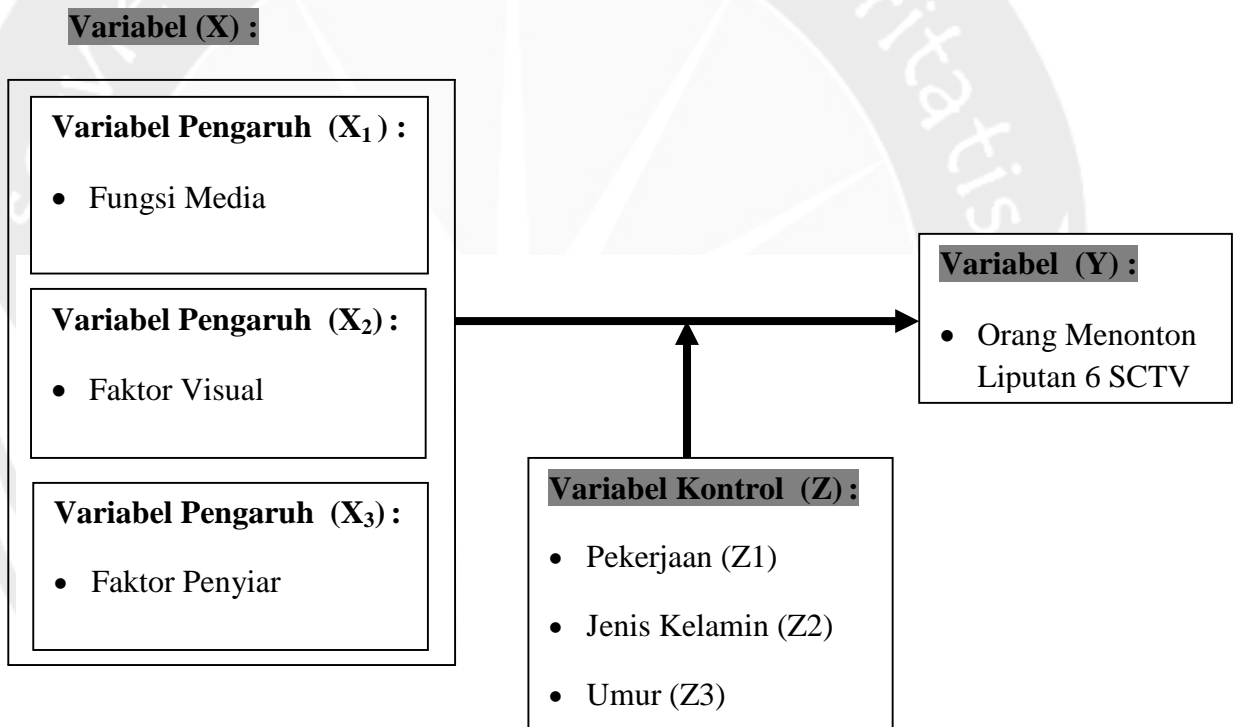
Dalam penelitian ini data audience profil ini digunakan sebagai variabel Z (variabel kontrol). Adapun variabel-variabel tersebut dikategorikan atas :

a. Pekerjaan :

- Pekerja, meliputi (PNS/ TNI/ POLRI, Wiraswasta, Pegawai Swasta, Pekerja Lepas)

- Ibu Rumah Tangga
 - Pelajar/Mahasiswa
- b. Jenis Kelamin, digunakan untuk mengidentifikasi perbedaan Laki-laki dan Perempuan
- c. Umur, lama waktu hidup seseorang sejak dilahirkan

G. Hubungan Antar Variabel



H. Hipotesis

Berdasarkan rumusan masalah, kerangka teori, yang telah diuraikan di atas, maka hipotesis yang dapat dikemukakan dalam penelitian ini adalah :

- a. H1 = Terdapat pengaruh Variabel Faktor Fungsi Media (X_1) terhadap Variabel orang menonton Liputan 6 SCTV (Y)

H0 = Tidak ada pengaruh Variabel Faktor Fungsi Media (X1) terhadap Variabel orang menonton Liputan 6 SCTV (Y)

- b. H1 = Terdapat pengaruh Variabel Faktor Visual (X2) terhadap Variabel orang menonton Liputan 6 SCTV (Y)

H0 = Tidak ada pengaruh Variabel Faktor Visual (X2) terhadap variabel orang menonton Liputan 6 SCTV (Y)

- c. H1 = Terdapat pengaruh Variabel Faktor Penyiar (X3) terhadap Variabel orang menonton Liputan 6 SCTV (Y)

H0 = Tidak ada pengaruh Variabel Faktor Penyiar (X3) terhadap Variabel orang menonton Liputan 6 SCTV (Y)

- d. H1 = Terdapat pengaruh Variabel Faktor Fungsi Media (X1), Faktor Visual (X2) dan Faktor Penyiar (X3) terhadap Variabel orang menonton Liputan 6 SCTV (Y)

H0 = Tidak ada pengaruh Variabel Faktor Fungsi Media (X1), Faktor Visual (X2) dan Faktor Penyiar (X3)) terhadap Variabel orang menonton Liputan 6 SCTV (Y)

- e. H1 = Terdapat pengaruh Variabel Faktor Fungsi Media (X1) terhadap Variabel orang menonton Liputan 6 SCTV (Y) dikontrol oleh Variabel Z1 Pekerjaan

H0 = Tidak ada pengaruh Variabel Faktor Fungsi Media (X1) terhadap Variabel orang menonton Liputan 6 SCTV (Y) dikontrol oleh Variabel Z1 Pekerjaan

- f. H1 = Terdapat pengaruh Variabel Faktor Fungsi Media (X1) terhadap Variabel orang menonton Liputan 6 SCTV (Y) dikontrol oleh Variabel Z2 Jenis Kelamin
H0 = Tidak ada pengaruh Variabel Faktor Fungsi Media (X1) terhadap Variabel orang menonton Liputan 6 SCTV (Y) dikontrol oleh Variabel Z2 Jenis Kelamin
- g. H1 = Terdapat pengaruh Variabel Faktor Fungsi Media (X1) terhadap Variabel orang menonton Liputan 6 SCTV (Y) dikontrol oleh Variabel Z3 Umur
H0 = Tidak ada pengaruh Variabel Faktor Fungsi Media (X1) terhadap Variabel orang menonton Liputan 6 SCTV (Y) dikontrol oleh Variabel Z3 Umur
- h. H1 = Terdapat pengaruh Variabel Faktor Visual (X2) terhadap Variabel orang menonton Liputan 6 SCTV (Y) dikontrol oleh Variabel Z1 Pekerjaan
H0 = Tidak ada pengaruh Variabel Faktor Visual (X2) terhadap Variabel orang menonton Liputan 6 SCTV (Y) dikontrol oleh Variabel Z1 Pekerjaan
- i. H1 = Terdapat pengaruh Variabel Faktor Visual (X2) terhadap Variabel orang menonton Liputan 6 SCTV (Y) dikontrol oleh Variabel Z2 Jenis Kelamin

H0 = Tidak ada pengaruh Variabel Faktor Visual (X2) terhadap Variabel orang menonton Liputan 6 SCTV (Y) dikontrol oleh Variabel Z2 Jenis Kelamin

- j. H1 = Terdapat pengaruh Variabel Faktor Visual (X2) terhadap Variabel orang menonton Liputan 6 SCTV (Y) dikontrol oleh Variabel Z3 Umur

H0 = Tidak ada pengaruh Variabel Faktor Visual (X2) terhadap Variabel orang menonton Liputan 6 SCTV (Y) dikontrol oleh Variabel Z3 Umur

- k. H1 = Terdapat pengaruh Variabel Faktor Penyiar (X3) terhadap Variabel orang menonton Liputan 6 SCTV (Y) dikontrol oleh Variabel Z1 Pekerjaan

H0 = Tidak ada pengaruh Variabel Faktor Penyiar (X3) terhadap Variabel orang menonton Liputan 6 SCTV (Y) dikontrol oleh Variabel Z1 Pekerjaan

- l. H1 = Terdapat pengaruh Variabel Faktor Penyiar (X3) terhadap Variabel orang menonton Liputan 6 SCTV (Y) dikontrol oleh Variabel Z2 Jenis Kelamin

H0 = Tidak ada pengaruh Variabel Faktor Penyiar (X3) terhadap Variabel orang menonton Liputan 6 SCTV (Y) dikontrol oleh Variabel Z2 Jenis Kelamin

- m. H1 = Terdapat pengaruh Variabel Faktor Penyiar (X3) terhadap Variabel orang menonton Liputan 6 SCTV (Y) dikontrol oleh Variabel Z3 Umur

H0 = Tidak ada pengaruh Variabel Faktor Penyiar (X3) terhadap Variabel orang menonton Liputan 6 SCTV (Y) dikontrol oleh Variabel Z3 Umur

I. Definisi Operasional

Sebuah konsep harus dioperasionalkan, agar dapat diukur. Proses inilah yang disebut definisi operasional, di mana hasilnya berupa konstruk dan variabel beserta indikator-indikator pengukurannya (Kriyantono, 2008:26). Definisi operasional dari penelitian ini sendiri adalah sebagai berikut :

Tabel 1.1
Definisi Operasional

Varibel	Indikator	Skala pengukuran
Faktor - Faktor yang mendorong orang menonton program Liputan 6	Indikator yang dianalisis untuk mengetahui faktor-faktor yang mendorong orang menonton Liputan 6 di SCTV	Skala yang digunakan dalam pengukuran tiap variabel
X1= Faktor Fungsi Media	1. Dapat mengetahui berbagai informasi peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan masyarakat terdekat 2. Dapat mengetahui berbagai informasi mengenai peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan keadaan dunia 3. Dapat menemukan penunjang nilai-nilai yang berkaitan dengan diri pribadi masyarakat (pemirsa) sendiri 4. Dapat menemukan bahan percakapan dan interaksi sosial dengan orang lain di sekitarnya 5. Memperoleh pengetahuan yang berkenaan dengan empati sosial 6. Dapat mendapatkan hiburan dan kesenangan 7. Bisa bersantai dan mengisi waktu luang	SS =4 S =3 TS =2 STS=1 (skala Ordinal)

<p>X2=</p> <p>Faktor Visual</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Gambar yang disajikan ke pemirsa jernih, tajam warna jelas 2. Komposisi gambar yang disajikan ke pemirsa bagus dan menarik 3. Gambar (shot) yang satu dengan gambar yang lain saling berkesinambungan 4. Gambar-gambar yang disajikan lengkap (tidak diulang-ulang) 5. Gambar yang disajikan dapat membantu pemirsa menafsirkan informasi yang disampaikan 6. Gambar-gambar yang disajikan dapat meningkatkan kemampuan pemirsa untuk menyimpan informasi yang disampaikan 	<p>SS =4</p> <p>S =3</p> <p>TS =2</p> <p>STS=1</p> <p>(skala Ordinal)</p>
<p>X3=</p> <p>Faktor Penyiar Berita</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penyiar dapat bertutur secara sempurna, lancar saat membawakan berita 2. Penyiar menguasai topik yang dibawakan saat memimpin diskusi dengan narasumber 3. Penyiar tampil dengan gaya dan laras suaranya sendiri, tidak meniru dari gaya suara orang lain 4. Penyiar tampil dengan prima dan penuh semangat saat membawakan berita 5. Penyiar senantiasa ramah saat membawakan berita kepada pemirsanya 	<p>SS=4</p> <p>S=3</p> <p>TS=2</p> <p>STS=1</p> <p>(skala Ordinal)</p>
<p>Y =</p> <p>Orang menonton Program Liputan6 SCTV</p>	<p>1. Frekuensi : berapa kali (hari) seseorang menggunakan media untuk menonton program Liputan 6 :</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Selalu (dalam sehari selalu menonton acara liputan 6 (Liputan 6 Pagi, Siang, Petang, Malam) b. Sangat Sering (dalam sehari menonton 2 kali acara Liputan 6 (Liputan 6 Pagi, Siang, Petang, Malam) c. Sering (dalam sehari menonton 1 kali acara Liputan 6 (Liputan Pagi, Siang, Petang, Malam) d. Kadang-kadang (dalam sehari 	<p>Selalu : 4</p> <p>Sangat sering : 3</p> <p>Sering : 2</p> <p>Kadang-kadang: 1</p> <p>(skala ordinal)</p>

	belum tentu menonton acara Liputan 6 (Liputan 6 Pagi, Siang, Petang, Malam)	
	2. Durasi : berapa lama (menit) audience mengikuti program Liputan 6	30 menit : 4 20 menit : 3 15 menit : 2 < 15 menit : 1

J. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini termasuk dalam bentuk penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggambarkan atau menjelaskan suatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan, karena itu menuntut sampel yang representatif dari seluruh populasi. Penelitian ini bersifat ekplanatif. Penelitian ekplanatif bertujuan menghubungkan atau mencari sebab akibat antara dua atau lebih variabel yang akan diteliti (Kriyantono, 2008: 67). Penelitian ini ingin mengetahui apakah faktor-faktor pendorong (faktor fungsi media, faktor visual dan faktor penyiar) mempengaruhi orang menonton program berita Liputan 6 SCTV.

2. Metode Penelitian

Metode penelitian ini menggunakan metode survei. Survei adalah metode riset dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan datanya (Kriyantono, 2008: 59). Jenis survei yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei ekplanatif, dimana dalam penelitian ini ingin mengetahui hubungan antara variabel X (faktor-faktor pendorong) (X_1 = faktor fungsi media, X_2 = faktor visual, dan X_3 = faktor kualitas penyiar) dengan variabel Y (orang menonton program Liputan 6 SCTV)

3. Objek dan Lokasi Penelitian

Objek dari penelitian ini adalah masyarakat Kelurahan Tegalrejo Kampung Sudagaran Yogyakarta. Lokasi penelitian yang dipilih dalam penelitian ini adalah masyarakat umum di Kota Yogyakarta

4. Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan objek atau fenomena yang diriset. Sedangkan Sampel adalah sebagian dari keseluruhan objek atau fenomena yang akan diamati (Kriyantono, 2008:151). Populasi dalam penelitian ini masyarakat Kampung Sudagaran yang berada di Kelurahan Tegalrejo Yogyakarta dengan jumlah penduduk 1538 jiwa

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampling purposif, teknik ini mencakup orang-orang yang diseleksi atas dasar kriteria-kriteria tertentu yang dibuat periset berdasarkan tujuan riset. Sampel yang cocok digunakan sebagai sumber data adalah sampel yang sesuai dengan kriteria sampel yang didasarkan oleh tujuan penelitian yang dilakukan. Dalam penelitian

ini ditentukan kriteria sampel, dimana kriteria tersebut adalah masyarakat Kampung Sudagaran yang sudah pernah menonton program berita Liputan 6 SCTV dan dari kalangan pekerja, ibu rumah tangga, pelajar/mahasiswa

Telah diketahui populasinya sebesar 1538 responden. untuk mengetahui sampel yang akan diambil, maka peneliti menggunakan rumus Yamane:

$$n = \frac{N}{Nd^2 + 1}$$

Keterangan:

N = ukuran populasi

n = ukuran sampel

d = Kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir 10 %

Berdasarkan rumus perhitungan sampel di atas, dapat diambil sampel :

$$\frac{1538}{1538 \times (10\%)^2 + 1}$$

$$\frac{1538}{(1538 \times 0,01) + 1}$$

$$= 93,89$$

dibulatkan menjadi 94 orang, sehingga sampel yang diambil untuk diteliti sesuai kriteria penelitian sebesar 94 responden. Dari 94 responden tersebut supaya proporsional, peneliti mengambil 47 responden laki-laki dan 47 responden perempuan yang terbagi dari 3 kalangan kriteria responden yaitu, pekerja, ibu rumah tangga dan pelajar.

5. Jenis Data

Agar dapat diperoleh data yang objektif dan dapat dipertanggungjawabkan, maka perlu dipilih teknik pengumpulan data yang sesuai dengan kebutuhan dan permasalahannya. Metode pengumpulan data yang digunakan penulis pada penelitian ini adalah :

a. Data Primer

Penelitian ini menggunakan data primer yaitu, data yang diperoleh langsung dari sumber data pertama (Kriyantono, 2008: 42). Maka dalam penelitian ini data primer yang diperoleh dari penelitian langsung dari responden berupa pengisian data dalam kuesioner.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder. Data sekunder juga dapat diperoleh dari data primer penelitian terdahulu yang telah diolah lebih lanjut menjadi bentuk-bentuk seperti tabel, grafik, diagram, gambar dan sebagainya sehingga menjadi informatif bagi pihak lain. (Kriyantono, 2008: 42) Dalam penelitian ini menggunakan data berupa referensi dari penelitian pendahulu dan bacaan lainnya yang berhubungan dengan penelitian

6. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan data-data yang dibutuhkan. Kuesioner adalah daftar pertanyaan yang harus diisi oleh reponden yang bertujuan untuk mencari informasi yang lengkap mengenai suatu masalah dari responden tanpa merasa khawatir bila responden memberikan jawaban

yang tidak sesuai dengan kenyataan dalam pengisian daftar pertanyaan (Kriyantono, 2008: 95)

7. Metode Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Teknik pengujian instrumen mencakup uji validitas dan uji reliabilitas dari kuesioner yang digunakan oleh peneliti. Metode pengujian validitas dan reliabilitas kuesioner ini bertujuan untuk meyakinkan bahwa kuesioner yang disusun benar-benar tepat dalam mengukur gejala dan menghasilkan data yang valid.

a. Pengujian Validitas

Validitas mengacu pada seberapa jauh suatu ukuran empiris cukup menggambarkan arti sebenarnya dari konsep yang tengah diteliti. Dengan kata lain, suatu instrumen pengukur yang valid mengukur apa yang seharusnya diukur atau mengukur apa yang hendak kita ukur.

Menurut Singarimbun (1995:37), pengujian validitas dapat menggunakan uji *product moment*.

Berikut adalah rumus korelasi *product moment*:

$$r_{xy} = \frac{N\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N\sum X^2 - (\sum X)^2][N\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan :

r_{xy} = koefisien korelasi antara skor masing-masing item dengan skor total

X = skor butir

Y = skor faktor, yaitu skor total pada masing-masing faktor

N = jumlah responden

Taraf signifikan (α) = 5% apabila r hitung lebih besar dari r table, maka kuesioner sebagai alat pengukur dikatakan valid.

Hasil penelitian ini diketahui bahwa masing-masing butir pertanyaan dari faktor-faktor pendorong memiliki nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ (0,133) maka dapat disimpulkan bahwa semua butir pertanyaan variabel Faktor Fungsi Media, Visual, Penyiar dinyatakan valid dan dapat dinyatakan layak sebagai instrumen penelitian

b. Pengujian Reliabilitas

Reliabilitas adalah indikator tingkat keandalan atau kepercayaan terhadap suatu hasil pengukuran. Suatu pengukuran disebut reliable atau memiliki keandalan jika konsistensi memberikan jawaban yang sama. (Morissan, 2012 : 99). Pengujian reliabilitas pada penelitian ini menggunakan koefisien Alpha Cronbach. Adapun rumusnya adalah sebagai berikut :

$$r_{ii} = \left[\frac{K-1}{k-1} \right] \left[\frac{\sum \alpha_b^2}{\alpha_t^2} \right]$$

Keterangan:

R_{ii} = reliabilitas instrument

K = banyaknya butir pertanyaan

$\sum \alpha_b^2$ = jumlah varian butir

α_t^2 = jumlah varian total

Hasil dari penelitian ini diketahui bahwa semua variabel faktor Fungsi Media, Visual, Penyiar dalam penelitian mempunyai nilai alpha cronbach $> 0,6$ sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel reliabel dalam mengukur data penelitian

8. Analisis Data

Penelitian ini menggunakan Regresi Linier Berganda karena memiliki lebih dari satu variabel X (variabel pengaruh, X1, X2, X3) dan variabel Z (variabel kontrol) yang mempengaruhi variabel Y (variabel terpengaruh)

Pengujian pengaruh tersebut dengan menggunakan rumus :

$$Y = \alpha + \beta X_1 + \beta X_2 + \beta X_3 + e$$

Keterangan:

Y = nilai prediksi variabel terpengaruh

α = intersep/konstanta (bilangan konstanta yang menunjukkan perpotongan antara garis regresi dengan sumbu Y)

β = koefisien regresi

X1 = variabel pengaruh

X2 = variabel pengaruh

X3 = variabel pengaruh

E = nilai *error*

